

Website-SEO: Strategien, Tools und Tipps  
Barbara Brecht-Hadraschek



# Einführung

Zentrale Begriffe kurz erklärt.



# Unterschiede zwischen SEO/SEA

## SEO Search Engine Optimization

- nicht bezahlt
- Langfristiges Engagement nötig
- “Ranking” basiert auf dem Google Algorithmus
- Mehrwert für Nutzer\*innen/Content
- mobil-optimierte Seite ist Pflicht
- Seitenladezeit muss gering sein

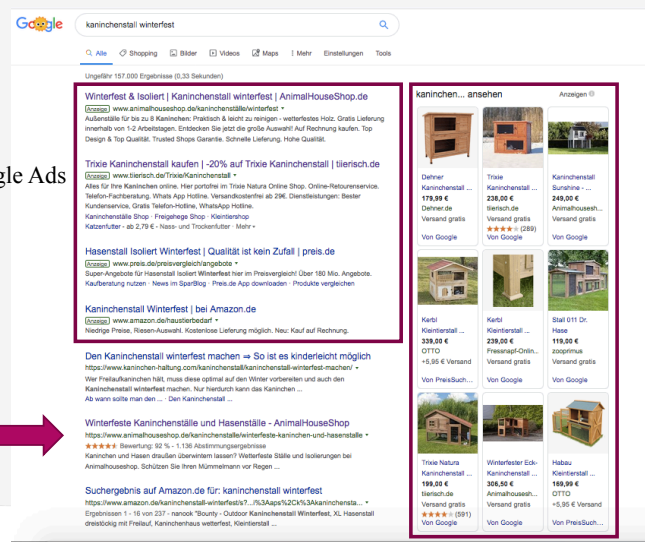
## SEA – Search Engine Advertising

- “bezahlte” Suche
- kann schnell gestartet/verändert werden
- Kosten richten sich nach Angebot und Nachfrage/ Auktion
- Budgetkontrolle
- Für gGmbHs: Google Grants!



SEA: Google Ads

SEO:  
Organische  
Suche



The screenshot shows a Google search for "kaninchenstall winterfest". The search results include:

- Winterfeste Kaninchenställe und Hasenställe - AnimalHouseShop**: A link to a website with a 4.5-star rating and 1,138 reviews. The snippet mentions protecting rabbits from rain.
- Suchergebnis auf Amazon.de für: kaninchenstall winterfest**: A link to Amazon with a snippet about outdoor rabbit huts.
- Kaninchenstall winterfest machen: Ratgeber - Fressnapf**: A link to a guide on rabbit care.
- Trixie Kaninchenstall winterfest mit Wärmedämmung isoliert 62404 ...**: A link to a specific product with a 5-star rating and 238 reviews.
- Bilder zu kaninchenstall winterfest**: A gallery of images showing various rabbit huts. A purple arrow labeled "Universal Search" points to this gallery.
- Kaninchenstall winterfest machen | tilierisch.de**: A link to a website with a 4.7-star rating and 5,746 reviews.

On the right side of the search results, there are three product cards:

- Trixie Natur Kaninchenstall ...**: 199,00 €
- Winterfester Eckt Kaninchenstall ...**: 306,50 €
- Habu Klienterstall ...**: 169,99 €

The TandemBTL logo is visible in the bottom right corner of the screenshot area.

## ZIEL von Website-SEO:

Ein guter Platz in den Suchergebnisseiten!

Achtung: Nutzer\*innen bekommen individuell unterschiedliche Ergebnisse angezeigt!(Geo-Lokalisierung, Browser-Historie, bisherige Suchanfragen, Endgerät)

# Keywords

Tools und Tipps



## Suchmaschinenfutter: Keywords sind in den

- 1. Metatexten:** Seitentitel (Title), Seitenbeschreibung (Descriptions), (Keywords)
- 2. Bildbeschreibungen:** Alt-Tags, Bilddateiname
- 3. Verlinkungen:** Linktitel, Alt-Link, Navigation/Menü
- 4. URLs – genaue Seitenadresse**
- 5. Online-Texten:** Überschriften, Zwischenüberschriften, Listen, Hervorhebungen, Fließtexte



## Keywordrecherche: Strategien

1. Recherche im Unternehmen (Fachbereiche)
2. Listen erstellen für die Navigationsbereiche
3. Abgleich mit Zielgruppenanalyse: Stimmt das Wording?
4. Wettbewerb checken: Was wird dort verwendet?
5. Keywordplaner und Datenbanken nutzen
6. Google Trends nutzen
7. Google-Suggest austesten: Wort-Kombinationen
8. Google Analytics/Piwic u.ä. checken/ ständig nachtunen



## „Long-Tail-Keywords“

### **Wortkombinationen:**

Demeter Wein Baden

Portfolio Projektmanagement Software

Wellness Urlaub Kanaren

Schulsozialarbeit Berlin Kreuzberg

Pflegeheim Spandau

=> weniger Suchvolumen, dafür spezifisches Suchinteresse



## Tools für die Keywordrecherche

(Google Trends: <https://trends.google.de/trends/?geo=DE> - grobe Orientierung, was gerade an Themen/Suchbegriffen angesagt ist)

Google Suggest (Autovervollständigung in der Google-Suchmaske)

„Ähnliche Suchanfragen“ (werden nach Suche unten angezeigt)

Wortschatz Universität Leipzig (hilft bei der Suche nach Synonymen, zeigt Wortgruppen)

Google Keyword-Planer: Tool im Rahmen des Google Ads-Kontos – funktioniert auch ohne Werbebudget: <https://ads.google.com>



## Beste Website-SEO = einzigartiger Content mit hohem Mehrwert

1. Jeder Webtext sollte einen echten **Mehrwert** bieten.
2. Keine Wiederholungen und „**Double Content**“
3. Jede einzelne Seite auf **ein Kern-Keyword/eine Keywordphrase** optimieren.
4. Keywords in allen Textabschnitten und Überschriften verwenden
5. Keywords aber nicht zu oft verwenden (SPAM!), gerne auch Synonyme
6. Grammatikalische Anpassungen/notwendige Präpositionen sind erlaubt.
7. **Guter Schreibstil und Nutzerfreundlichkeit sind wichtiger als Keyword-Verwendung!**



## SEO-Texte sind gut lesbare Texte

- **relevante** Informationen hervorheben
- Das Wichtigste muss an den Anfang der Absätze: "**umgedrehte Pyramide**"
- aussagekräftige Zwischenüberschriften
- hervorgehobene Schlüsselwörter
- Listen
- gute Gliederung
- kurze, klare Sätze



## Metatexte

Definitionen, Best Practices



## Metatexte

- enthalten Definitionen, Informationen und Anweisungen
- stehen im Head/Kopfteil des HTML-Codes der Website
- sind auch für Leser\*innen/für Barrierearmut relevant
- **Texter\*innen schreiben nur für 2 (3) Meta-Tag-Bereiche:**
- **Seitentitel = Title,**
- **Seitenbeschreibung =Description,**
- **(Keywords)**



## Title-Tag/Seitentitel

- erster Seiteninhalt, den die Suchmaschine wahrnimmt und auswertet
- wichtig für's Ranking
- wird oben im Browserfenster angezeigt
- erscheint als Beschreibung neben Lesezeichen/Favoriten
- erscheint als Suchergebnis bei Google
- **wird deshalb auch von potenziellen Leser\*innen gelesen!**
- Keyword an den Anfang, nicht länger als 70 Zeichen





## Die Meta-Description/Seitenbeschreibung

- beschreibt das Angebot der Webseite konkreter
- kurze Inhaltsangabe
- Gut: direkte Kundenansprache/Call-to-Action
- Gerne werblicher formuliert
- Sonderzeichen (Aufmerksamkeit)
- ca. 160- 240 Zeichen



## Tipp: SERP-Snippet Generator

<https://app.sistrix.com/de/serp-snippet-generator>



## Beispiel

**Mathe online lernen: Video-Nachhilfe stressfrei Algebra**  
<https://www.sistrix.de>  
Mathe verstehen! Lerne Mathematik 1. bis 13. Klasse mit Videos, Übungen und Aufgaben! ✓Bereite dich effektiv auf Klausuren und Prüfungen vor. ☆☆

Titel 56 / 70 Zeichen (444px)

Mathe online lernen: Video-Nachhilfe stressfrei Algebra

Beschreibung 144 / 160 Zeichen

Mathe verstehen! Lerne Mathematik 1. bis 13. Klasse mit Videos, Übungen und Aufgaben!  
✓Bereite dich effektiv auf Klausuren und Prüfungen vor. ☆☆

Sonderzeichen hinzufügen Keyword hervorheben

☆☆ Mathe online

## Bilder optimieren

## Warum Bilder (Bildtexte) optimieren?

- Wirkt sich positiv auf das Ranking aus
- Kann Traffic über die Bildersuche von Google bringen
- Möglichkeit eines Top-Rankings über die Universal Search
- Wichtig für Barrierefreiheit



## Bilder: Dateiformat und Dateigröße

Die gängigen Dateiformate für Bilder sind JPG oder JPEG, PNG und GIF.

Nutzen Sie moderate, für das Web optimierten Dateigrößen, auch wegen der Ladezeiten (Achtung: Lange Ladezeiten sind ein Googlekiller!)

„Es hat sich eine Richtgröße von 300 Pixeln für mindestens eine Seite des Bildes etabliert.“ (Quelle: [https://de.ryte.com/wiki/Bilder\\_SEO](https://de.ryte.com/wiki/Bilder_SEO))



## Bilder: Optimierung der Beschreibung

3x Metainformationen für ein Bild

1. **Dateiname**
2. **Alt-Attribut / Alt-Text**
3. **Title-Attribut**

```

```



## Sprechende Dateinamen für Grafiken und Bilder!

HTML-Code: ``

Statt "img1234567.jpg" besser „papageientaucher.jpg“

Ergänzungen werden mit Bindestrichen hinzugefügt:  
papageientaucher-gelb.jpg



## Alt-Attribut

```

```

```

```

Erscheint, wenn das Bild nicht geladen werden kann.

Der Inhalt des Alt-Attributes sollte den Inhalt des Bildes beschreiben, damit Menschen, die das Bild nicht sehen, verstehen können, was es zeigt.

Wichtig für: Robot-Funktion einer Suchmaschine, Lesegeräte von Blinden



## Title-Attribut

```

```

Erscheint beim Mouse Over über dem Bild.

Im Title-Attribut sollte das stehen, was man auch in eine Bildunterschrift setzen würde.

Lesetipp: <https://de.ryte.com/magazine/anleitung-bilder-seo-wie-nutzt-man-alt-und-title-attribute-richtig>



## Weitere zentrale Faktoren



## Aussagekräftige Link-Alternativtexte

wird im Internet Explorer angezeigt, wenn die Maus über dem Link steht.

Idealfall: Keywords im Title-Attribut

Code: `<a href=„Papageientaucher.html“ title=„Papageientaucher im Berliner Zoo“>Erfahren Sie mehr über Papageientaucher</a>`



## URL mit Keyword

“sprechende” URLs

kurz und einfach

Keywords einbeziehen

Minuszeichen als Trenner

nur Kleinschreibung verwenden

<http://www.lexoffice.de/rechnungsprogramm/>

<http://www.lexoffice.de/rechnungsprogramm/rechnung-finanzen/>



## Fazit Suchmaschinenoptimierung

Metatexte sind auch für Leser\*innen relevant

Zentrales Thema der Seite im Seitentitel und h1-Überschrift

Überschriften mit HTML-Elementen (h1, h2 usw.)

Keywords/themenrelevante Wörter

Content mit Mehrwert ist King!



